

Iklim Komunikasi Organisasi di Radio 99ers Bandung Pasca Akuisisi The climate of organization communication at 99ers Radio Bandung post acquisition

¹Rizki Rahayuningrum , ²Ike Junita Triwardhani

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹rizkirahayuningrum19@gmail.com , ²junitatriwardhani@gmail.com

Abstract. 99ers Radio Bandung is acquired in November 2015, and experienced transformation of some employees and broadcasters. After that experience, the company has decreased financially. The major issue of post acquisition was a mass dismissal to minimize the cost of salary. This has never happened on other Radio that had acquired the management until it had to re-pioneer. The purpose of this research is to diagnose the climate of organization communication in 99ers Radio post acquisition. This research uses a case study with qualitative methods, because this phenomenon occurs within a certain time limit and emphasized on the process. The result of the research stated that there are 2 (two) perceptions about the change of organizational communication after acquisition. Internal perceptions suggest that in terms of communications the current leader is perceived to be more communicative than previous leaders, while external perceptions of current leaders are judged to be less understanding in the field of radio media and more reliant on employees. In terms of motivation, there are a number of talents that want to develop. In terms of salary, some employees consider the income is the biggest motivation to keep working. In terms of the responsibility, if employees are given rewards, their spirit of work will increase, but given rewards continuously in the form of bonuses, will bring bad impact for the company while punishment is not done by the company because it will affect the performance of employees at 99ers Radio. The small number of employees makes all employees have to work harder to get funds for the company. Regarding income expectations, employees expect no delay in wage sharing. On expectations of value or brand 99ers, they hope by working at 99ers makes them famous. They also hope to gain appreciation for the efforts they have achieved.

Keywords: Climate Communications Organization, Post-Acquisition, 99ers Radio

Abstrak. Perusahaan Radio 99ers Bandung mengalami akuisisi pada bulan November 2015, dengan sejumlah pergantian karyawan dan penyiar. Setelah kejadian tersebut keadaan perusahaan Radio 99ers semakin menurun secara *finansial*. Radio 99ers resmi dijual dan dipindahkan kepemilikannya. Pemutusan karyawanpun dilakukan oleh pemilik Radio yang baru, alasannya karena meminimlisir pengeluaran gaji, yang justru isu itu menimbulkan konflik. Hal ini menjadi menarik karena belum pernah terjadi di Radio lain yang mengalami perpindahan manajemen hingga harus merintis kembali dari nol. Adapun tujuan yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi di Radio 99ers Pasca Akuisisi. Kemudian penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif, karena fenomena ini terjadi dalam batas waktu tertentu dan peneliti menekankan pada prosesnya. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa terdapat 2 persepsi mengenai perubahan komunikasi organisasi pasca akuisisi. Persepsi internal menyatakan bahwa dalam segi komunikasi pemimpin saat ini dirasa lebih komunikatif daripada pemimpin sebelumnya, sedangkan persepsi eksternal pemimpin saat ini dinilai kurang pemahaman di bidang media radio dan lebih mengandalkan karyawan. Dari sisi motivasi, terdapat sejumlah bakat yang ingin kembangkan. Dari sisi gaji, sebagian karyawan menganggap penghasilan adalah motivasi terbesar untuk tetap bekerja. Dari sisi tanggung jawab, jika karyawan diberikan *reward* maka semangat kerjapun bertambah, tetapi jika terus menerus diberikan *reward* berupa bonus, akan memunculkan dampak buruk bagi perusahaan sedangkan *punishment* tidak lakukan oleh perusahaan karena dirasa akan mempengaruhi kinerja para karyawan di Radio 99ers. Minimnya jumlah karyawan membuat seluruh karyawan harus bekerja lebih keras lagi untuk mendapatkan dana bagi perusahaan. Mengenai harapan pendapatan, karyawan berharap tidak ada keterlambatan pembagian upah, mengenai harapan terhadap nilai atau *brand* 99ers, karyawan berharap dengan bekerja di 99ers membuat mereka menjadi terkenal. Karyawan juga berharap mendapatkan apresiasi atas usaha yang telah dicapai.

Kata kunci : Iklim Komunikasi Organisasi, Pasca Akuisisi, Radio 99ers

A. Pendahuluan

Radio 99ers sendiri merupakan salah satu Radio anak muda di Kota Bandung yang mulai berdiri sejak tahun 2000, yang sekarang berlokasi di Jl. Ir. H. Djuanda no 126B, dihadapkan pada tantangan untuk bersaing dengan Radio anak muda di Kota Bandung. Radio 99ers mendapat predikat radio anak muda nomor satu di Bandung selama tujuh tahun sejak tahun 2005 sampai dengan tahun 2012. Selama itu pun direktur utama yang sekaligus adalah pemilik perusahaan radio ini memimpin dengan baik. Sampai di puncak masalah dan frustrasi yang dialami oleh pemilik lama maka radio pun akhirnya direncanakan untuk dijual.

Setelah resmi diakuisisi oleh pihak manajemen baru, maka mulailah proses merekrut orang-orang baru untuk mengisi beberapa kekosongan jabatan dan *job desc* lainnya yang sudah ditinggal oleh karyawan tersebut. Setelah kejadian tersebut keadaan perusahaan Radio 99ers semakin menurun secara *finansial* seperti yang telah dijelaskan diatas. Hingga pada bulan awal November 2015, Radio 99ers resmi dijual dan dipindahkan kepemilikannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana iklim komunikasi organisasi di Radio 99ers Bandung Pasca Akuisisi?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Bagaimana persepsi karyawan terhadap kepemimpinan yang baru saat ini?
2. Bagaimana motivasi karyawan dalam berkerja saat ini?
3. Bagaimana tanggung jawab karyawan terhadap pekerjaannya saat ini?
4. Mengapa karyawan tetap memiliki harapan dalam perkerjaannya saat ini?

B. Landasan Teori

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Everet M. Rogers dan R. Agarwala dalam bukunya *Communication in Organization*, sebagaimana dikutip oleh Drs. Onong U. Effendy, MA. (1984)¹ mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.

Menurut Pace dan Faules (2001 : 31) komunikasi organisasi dapat di definisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Komunikasi organisasi terjadi dalam organisasi, bersifat formal dan juga informal, serta berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok (Mulyana, 2001 :75).

Iklim komunikasi yang penuh rasa persaudaraan mendorong para anggota organisasi untuk berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah dengan anggota yang lain. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan. (Arni, 2004)

Beberapa faktor dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi proses seleksi persepsi antara lain: Proses belajar (*learning*), motivasi, dan kepribadiannya.² Salah

¹ Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress (Anggota IKAPI)

² Thoha, Miftah (1983) : *Perilaku Organisasi (Konsep Dasar dan Aplikasinya)* Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, h. 154-156

satunya adalah Kepribadian dan persepsi. Dalam membentuk persepsi unsur ini amat erat hubungannya dengan proses belajar dan motivasi yang dibicarakan di atas, yang mempunyai akibat tentang apa yang diperhatikan dalam menghadiri suatu situasi. Sekelompok manajer-manajer senior yang mempunyai kepribadian lain dengan manajer-manajer muda, akan mempunyai persepsi yang berbeda.

Berbagai macam faktor-faktor perhatian yang berasal dari luar maupun dari dalam dapat mempengaruhi proses seleksi persepsi. Adapun faktor-faktor dari luar yang terdiri dari pengaruh-pengaruh lingkungan luar antara lain: intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan, gerakan, dan hal-hal yang baru berikut ketidakasingan. Salah satunya Pengulangan (*repetition*), dalam prinsip ini dikemukakan bahwa stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan yang sekali dilihat. Penjelasan dari pernyataan ini seperti yang dikatakan oleh Clifford Morgan, bahwa³ :

“Suatu stimulus yang diulangi mempunyai suatu kesempatan yang lebih baik untuk menangkap kita selama satu periode yakni ketika perhatian kita terhadap tugas pekerjaan memudar, sebagai tambahan, pengulangan itu akan menambah kepekaan kita atau kewaspadaan terhadap stimulus”

Teori Harapan Vroom (1964)⁴ mengembangkan sebuah teori motivasi berdasarkan jenis-jenis pilihan yang dibuat orang untuk mencapai suatu tujuan, alih-alih berdasarkan kebutuhan internal. Teori harapan (*expectancy theory*) memiliki tiga asumsi pokok:

1. Setiap individu percaya bahwa bila ia berperilaku dengan cara tertentu, ia akan memperoleh hal tertentu
2. Setiap hasil mempunyai nilai, atau daya tarik bagi orang tertentu. Ini disebut valensi (*valence*)
3. Setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut. Hal ini disebut harapan usaha (*effort expectancy*).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Iklim Komunikasi Organisasi di Radio 99ers Bandung Pasca Akuisisi

1. Persepsi Karyawan terhadap Kepemimpinan yang baru saat ini di Radio 99ers

Sebagian karyawan di Radio 99ers bekerja selama satu tahun lebih. Periode tersebut dapat digolongkan durasi yang sebentar bila dibandingkan pekerja-pekerja pada umumnya di perusahaan lain. Karyawan pada tataran middle management sebanyak dua orang dari informan dan tiga dari golongan karyawan baru sudah mengenal sosok pemimpin di radio yaitu direktur jauh sebelum bekerja di perusahaan. Perbedaan ini disebabkan beberapa karyawan dibawa langsung karena adanya kedekatan kekerabatan sebelumnya.

2. Motivasi karyawan dalam bekerja saat ini di Radio 99ers

Untuk itu seorang pemimpin harus mengetahui dorongan atau kebutuhan seseorang yang mengundangnya untuk mau mengerjakan suatu aktivitas tertentu. Hal ini menyebabkan karyawan memiliki motivasi dan tujuan, motivasi kadang-kadang berasal dari kebutuhan, keinginan dan dorongan. Sedangkan tujuan adalah sesuatu yang ingin dicapai yang berada di luar diri individu. Tetapi terkadang tujuan diartikan

³ Thoha, Miftah .1983. *Perilaku Organisasi (Konsep Dasar dan Aplikasinya)*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada

⁴ Pace, Wayne, dkk. 2015. *Komunikasi Organisasi “Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan” Penerjemah Deddy Mulyana*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

sebagai suatu harapan untuk mendapatkan suatu penghargaan, suatu arah yang dikehendaki oleh motivasi.

Tanggung jawab sebagai karyawan terhadap pekerjaannya saat ini di Radio 99ers

Jika tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan ialah mengenai finansial, tentunya tanggung jawab yang diberikan karyawan kepada perusahaan pun harus sesuai dengan apa yang mereka dapat. Namun pada kenyataannya informasi mengenai kinerja karyawan, peneliti membuktikan bahwa informan menyatakan dengan sistem kerja saat ini tidak efektif dan efisien. Hal itu mengindikasikan kurangnya informasi mengenai kinerja karyawan di dalam perusahaan.

Harapan Karyawan dalam pekerjaannya saat ini di Radio 99ers

Artinya, apabila seseorang sangat menginginkan sesuatu, dan jalan tampaknya terbuka untuk memperolehnya, yang bersangkutan akan berupaya mendapatkannya. Dinyatakan dengan cara yang sangat sederhana, seperti bekerja sesuai apa yang diperintahkan dan tidak mengeluh ketika mendapatkan pekerjaan yang harus dikerjakan saat itu juga. Ketika kita memasuki dunia pekerjaan yang pertama dicari adalah nama perusahaan tersebut kemudian baru mencari latar belakang perusahaan serta posisi yang sesuai dengan minat dan bakat kita. Peluang untuk bisa diterima oleh perusahaan yang kita inginkan kemungkinannya sedikit namun sedikit peluang tersebut harus kita ambil bila ada kesempatan itu. Sama halnya dengan dunia penyiaran. Pada penelitian membuktikan bahwa faktor terbesar motivasi yang dialami oleh karyawan adalah karena hubungan kekerabatan yang intim dan nyaman bukan semata-mata uang dan fasilitas. Selain itu ada peringkat kedua faktor terbesar dalam memengaruhi semangat kerja yaitu *passion* dalam dunianya masing-masing di mana setiap karyawan memiliki ambisi untuk dirinya pribadi demi belajar sebanyak-banyaknya melalui perusahaan tersebut

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Persepsi karyawan terhadap pemimpin saat ini dilihat dari persepsi internal, pemimpin saat ini yang komunikasinya lebih komunikatif, ketika ada masalah di dalam perusahaan maupun menyampaikan pendapat pada karyawannya dan tidak ada lagi senioritas antara karyawan dengan atasan.
2. Motivasi karyawan dalam bekerja di Radio 99ers saat ini dikarenakan 2 faktor, yang pertama karena mereka ingin menyalurkan bakat. Bakat yang mereka ingin kembangkan bermacam-macam, ada yang ingin menjadi seorang penyanyi, pemain sinetron, produser, program director dan keahlian-keahlian di bidang industri media lainnya. Karena profesi tersebut dianggap dapat menjadi batu loncatan untuk meningkatkan popularitas.
3. Tanggung jawab yang dirasa oleh karyawan mengenai pekerjaannya saat ini, yaitu dengan memberikan *reward* berupa bonus upah kerja, maka semangat kerjapun akan bertambah, tetapi menurut informan jika terus menerus diberikan *reward* berupa bonus upah berdampak buruk bagi perusahaan, karena jika sekali tidak mendapatkan bonus upah, karyawanpun pasti akan menuntut dan berdemo kepada perusahaan. Begitu juga jika diberikan *punishment* karyawan akan menjadi disiplin dalam bekerja, tetapi jika terlalu sering mendapatkan teguran, akan membuat kinerja karyawannya menurun
4. Harapan karyawan dalam mencapai tujuan mereka berkerja di Radio 99ers ini

dibagi menjadi 3 yaitu harapan pendapatan, harapan nilai dari Brand 99ers dan harapan usaha yang telah dilakukan oleh karyawan. Dari ketiga hal tersebut karyawan memiliki harapan setelah masa akuisisi sebenarnya hanyalah menginginkan kesejahteraan karyawannya itu sendiri, karena sebelum perpindahan manajemen kondisinya amat sangat buruk. Seolah-olah mereka bekerja tanpa henti menghasilkan sesuatu untuk perusahaan tetapi upah yang karyawan dapatkan tidak sesuai dengan pekerjaan karyawannya, beda halnya dengan saat ini yang tidak ada tekanan dari atasan, bekerja nyaman dan seflexibel mungkin dan upah yang karyawan dapatkan sesuai dengan apa yang dikerjakannya.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Pihak perusahaan dapat lebih meningkatkan lagi semua kegiatan yang menyangkut iklim komunikasi organisasi baik kepercayaan, kejujuran, keterbukaan, komitmen dan lain-lain. Dengan membahas pasca akuisisi dapat menjadi bahan penelitian yang unik bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu komunikasi dalam sebuah penelitian yang kemudian akan membantu mengembangkan organisasi komunikasi.
2. Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan iklim komunikasi organisasi, disarankan untuk menggunakan sudut pandang lain yang ada di dalam bidang komunikasi organisasi karena iklim komunikasi organisasi sudah semakin banyak dibahas

Saran Praktis

1. Kedepannya diharapkan agar perusahaan dapat mengadakan acara informal atau sejenisnya yang bertujuan untuk mempererat hubungan antar karyawan, hubungan tersebut pun perlu diadakan secara konsisten sehingga kesatuan di hubungan karyawan terjaga dengan baik. Kemudian juga di dalam berbagai kesempatan membuat sesi khusus untuk mengutarakan kritik dan masukan namun dibuat suasana yang lebih nyaman dan santai daripada rapat mingguan. Hal tersebut sebagai upaya terjalin komunikasi yang terbuka seperti harapan para karyawan di Radio 99ers. Kemudian maju mundurnya kondisi perusahaan tentunya tidak terlepas dari iklim komunikasi organisasi yang ada di Radio 99ers. Meskipun keadaan sudah baik, hendaknya tidak membuat perusahaan beserta pihak-pihak yang berada di dalamnya menjadi lupa diri. Harapan untuk berkembang dalam perkembangan karier haruslah menjadi motivasi juga untuk kedepannya tak hanya harapan untuk diri sendiri namun harapan untuk perusahaan juga harus diperhatikan
2. Kemudian maju mundurnya kondisi perusahaan tentunya tidak terlepas dari iklim komunikasi organisasi yang ada di Radio 99ers. Meskipun keadaan sudah baik, hendaknya tidak membuat perusahaan beserta pihak-pihak yang berada di dalamnya menjadi lupa diri. Harapan untuk berkembang dalam perkembangan karier haruslah menjadi motivasi juga untuk kedepannya tak hanya harapan untuk diri sendiri namun harapan untuk perusahaan juga harus diperhatikan.

Daftar Pustaka

Toha, Miftah (1983) : *Perilaku Organisasi (Konsep Dasar dan Aplikasinya)* Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, h. 154-156

Toha, Miftah .1983. *Perilaku Organisasi (Konsep Dasar dan Aplikasinya)*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada

Pace, Wayne, dkk. 2015. *Komunikasi Organisasi “Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan”* Penerjemah Deddy Mulyana. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress (Anggota IKAPI)

